

This Page Is Inserted by IFW Operations
and is not a part of the Official Record

BEST AVAILABLE IMAGES

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images may include (but are not limited to):

- BLACK BORDERS
- TEXT CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES
- FADED TEXT
- ILLEGIBLE TEXT
- SKEWED/SLANTED IMAGES
- COLORED PHOTOS
- BLACK OR VERY BLACK AND WHITE DARK PHOTOS
- GRAY SCALE DOCUMENTS

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

**As rescanning documents *will not* correct images,
please do not report the images to the
Image Problem Mailbox.**

PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 2001-356995

(43)Date of publication of application : 26.12.2001

(51)Int.Cl.

G06F 13/00

G06F 17/30

(21)Application number : 2000-178674

(71)Applicant : SONY CORP

(22)Date of filing : 14.06.2000

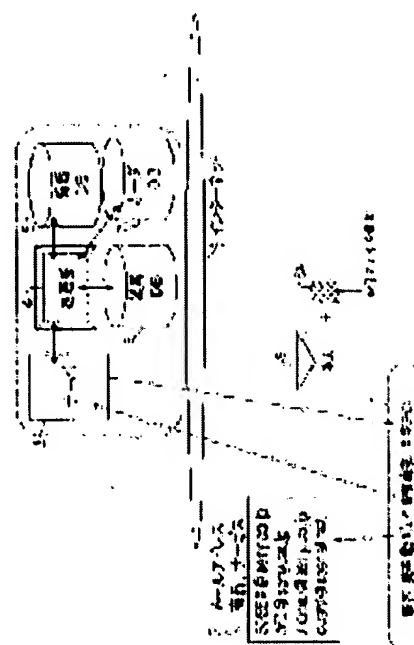
(72)Inventor : OGAWA KOJI

(54) METHOD FOR PROVIDING INFORMATION SERVICE

(57)Abstract:

PROBLEM TO BE SOLVED: To easily and quickly provide service required for a user.

SOLUTION: When the user sends a mail to a specific address assigned for each service, a server extracts information corresponding to the address from a data base simultaneously with the reception of the mail and returns the extracted information to the user as attached data (multimedia data, text data, program data, etc.), for example. When the user triggers the service of the server by using a mail means, the user can receive service of required quantity any time the user requests. The server stores user information such as the mail address of each user and the number of mails sent from each user and realizes service suited to individual needs or the like on the basis of the user information. The user can customize the automatically returned information through a web site or prepare the information by himself (or herself) and set the address of the service by himself (or herself).



LEGAL STATUS

[Date of request for examination]

[Date of sending the examiner's decision of rejection]

[Kind of final disposal of application other than the examiner's decision of rejection or application converted registration]

[Date of final disposal for application]

[Patent number]

[Date of registration]

[Number of appeal against examiner's decision of rejection]

[Date of requesting appeal against examiner's
decision of rejection]

[Date of extinction of right]

Copyright (C); 1998,2003 Japan Patent Office

(43)公開日 平成13年12月26日(2001.12.26)

(51)Int.Cl. ⁷	識別記号	F I	ターミナル* (参考)
G 0 6 F 13/00	6 2 5	G 0 6 F 13/00	6 2 5 5 B 0 7 5
	6 0 1		6 0 1 A
17/30	1 1 0	17/30	1 1 0 F
	1 7 0		1 7 0 G
	3 4 0		3 4 0 A

審査請求 未請求 請求項の数9 OL (全 17 頁)

(21)出願番号 特願2000-178674(P2000-178674)

(22) 出願日 平成12年6月14日(2000. 6. 14)

(71)出願人 000002185

ソニー株式会社

東京都品川区北品川6丁目7番35号

(72)発明者 小川 浩司

東京都港区高輪4丁目10番18号 ソニーマ
ーケティング株式会社内

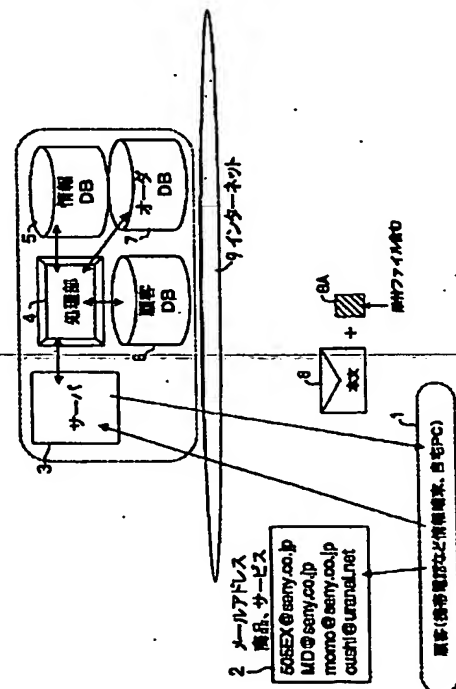
Fターム(参考) 5B075 KK07 PR08

(54)【発明の名称】 情報サービス提供方法

(57) 【要約】

【課題】 ユーザが必要とするサービスを簡単かつすばやく提供する。

【解決手段】 ユーザがサービス毎に割り振られた特定のアドレスへメールを送ると、サーバが受信と同時にそのアドレスに対応した情報をデータベースから取り出して例えば添付データ（マルチメディアデータ、テキストデータ、プログラムデータなど）としてユーザに返信する。ユーザからメールという手段を使ってサーバにサービスのトリガをかけてもらい、好きなとき、好きなだけサービスを受けることを可能とする。また、サーバ側は、各ユーザのメールアドレスやユーザが何回メールを送ったかといったユーザ情報を記憶し、このユーザ情報に基づいて、個々のニーズ等に適したサービスを実現する。ウェブサイトを通して、自動返信される情報をユーザ自身がカスタマイズ、もしくは、自分自身で作成し、さらにそのサービスに対するアドレスも自分で設定できるようにする。



【特許請求の範囲】

【請求項1】 サービス毎に特定のアドレスを割り振るとともに、前記サービスのデータベースを有するサーバを設け、

ユーザが前記サービス毎に割り振られた特定のアドレスへメールを送ることにより、このメールを受信した前記サーバが、そのアドレスに対応した情報を前記データベースから取り出してユーザに返信するようにした、ことを特徴とする情報サービス提供方法。

【請求項2】 前記サーバはユーザの固有情報を管理するように構成され、前記サーバによって前記ユーザに返信される情報は前記ユーザに応じて異なるサービス情報であることを特徴とする請求項1記載の情報サービス提供方法。

【請求項3】 前記ユーザの固有情報は、ユーザのメールアドレス、及びメール送信履歴の情報を含むことを特徴とする請求項1記載の情報サービス提供方法。

【請求項4】 前記返信する情報をユーザ自身の選択によってカスタマイズできるようにしたことを特徴とする請求項1記載の情報サービス提供方法。

【請求項5】 前記返信する情報をユーザ自身が作成できるようにしたことを特徴とする請求項1記載の情報サービス提供方法。

【請求項6】 前記サービス毎のアドレスをユーザ自身が設定できるようにしたことを特徴とする請求項1記載の情報サービス提供方法。

【請求項7】 前記サーバから前記ユーザに返信される前記情報はメール本文と添付ファイルを含むことを特徴とする請求項1記載の情報サービス提供方法。

【請求項8】 前記添付ファイルは音楽データを含むマルチメディアデータであることを特徴とする請求項7記載の情報サービス提供方法。

【請求項9】 前記添付ファイルはプログラム、すなわち実行形式データであることを特徴とする請求項7記載の情報サービス提供方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、インターネット等のネットワークを介して多数の会員に各種の情報サービスを提供するための情報サービス提供方法に関する。

【0002】

【従来の技術】従来より、この種の代表的な情報サービス提供方法としては、インターネットを用いたメールマガジンを配信するサービスが提供されている。これは、予め登録された多数の購読者に定期的に共通の内容のメールを一斉に配信するものであり、一度登録されると、解約操作を行わない限り、継続的に配信されるものである。また、TEXT形式、PDF形式のカタログやマニュアルのような資料データ、音楽データなどを含むマルチメディアデータ、およびゲームなどのプログラム（実

行形式データ）といった情報については、ウェブサイトを訪れWWW（World Wide Web）経由でダウンロードするのが一般的である。

【0003】

【発明が解決しようとする課題】しかしながら、従来のメールマガジン配信サービスは定期的に送られてくるものであるため、例えばユーザの急な情報のニーズに答えることができなかった。つまり、ユーザが好きな時、好きな情報を得ることはできなかった。また、メールマガジン配信サービスは、登録制であり、解約しないかぎり、継続的にメールが送られてくる、しかもユーザが解約方法を知らなかったり、操作方法に不慣れな場合には、解約を行うことができず、不要なメールが送られ続けるという不都合も生じる。

【0004】また、WWWでは、目的の情報を得るまでにURLの入力や検索など、ユーザに要求されるステップが多い。特に、携帯端末においてURLの入力は大変煩わしいものとなっていた。また、WWWでは、情報を得るまで常に接続を維持する必要がある。そのため目的の情報にたどり着くまでの余計な情報までもにも unnecessary コストがかかってしまう。さらに、WWWでは、目的の情報をダイレクトに得ることができなかった。また、WWWでは、個人の特定にクッキーやログイン機能を使用する必要があるが、ブラウザ側でクッキーの受け入れ拒否の設定をした場合や携帯電話および携帯端末などクッキーが使用できない環境ではこれらクッキーやログイン機能を使うことができない。また、これまでメールを送るとヘルプなど自動返信してくれるようなサービスは存在したが、単なる自動返信でありユーザごとに内容を考慮したものではなかった。また、返信されてくるメールにファイルが添付されるサービスは存在していない。

【0005】そこで本発明の目的は、ユーザが必要とするサービスを簡単かつすばやく提供することができる情報サービス提供方法を提供することにある。

【0006】

【課題を解決するための手段】本発明は前記目的を達成するため、サービス毎に特定のアドレスを割り振るとともに、前記サービスのデータベースを有するサーバを設け、ユーザが前記サービスごとに割り振られた特定のアドレスへメールを送ることにより、このメールを受信した前記サーバが、そのアドレスに対応した情報を前記データベースから取り出してユーザに返信するようにしたことを特徴とする。

【0007】本発明の情報サービス提供方法において、サーバ側では、データベースに設けられたサービス毎に特定のアドレスを割り振っている。そこで、ユーザは、サービス毎に割り振られた特定のアドレスへメールを送ることにより、このメールを受信したサーバは、そのアドレスに対応した情報をデータベースから取り出してユーザに返信する。したがって、ユーザが必要としたり、

好みの時間に、所望のサービスを直接メールアドレスで特定して煩雑な検索等を行うことなく簡単かつすばやく得ることが可能となる。

【0008】

【発明の実施の形態】以下、本発明による情報サービス提供方法の実施の形態について説明する。

(1) 本情報サービス提供方法の概要

本発明の実施の形態による情報サービス提供方法は、電子メールを利用したユーザ・オンデマンド・パーソナライズ・インフォメーション・サービスを提供するものである。なお、ここでユーザ・オンデマンド・パーソナライズ・インフォメーション・サービスとは、ユーザがサービス毎に割り振られた特定のアドレスへメールを送ると、サーバが受信と同時にそのアドレスに対応した情報をデータベースから取り出してユーザに返信するサービスモデルをいうものとする。ここで、サーバがユーザに返信する情報は、本文と、本文に添付されるデータとを含むものとする。添付されるデータとしては、例えばテキストファイル、PDFファイルなどの資料データ、音楽データを含むマルチメディアデータ、あるいはプログラム、すなわち実行形式データなどがある。すなわち、このサービスは、メールマガジンのようにサーバから定期的に自動でサービスを受けるのではなく、ユーザからメールという手段を使ってサーバにサービスのトリガをかけてもらい、好きなとき、好きなだけサービスを受けることを可能としたものである。

【0009】また、サーバ側は、各ユーザのメールアドレスやユーザが何回メールを送ったのかといったユーザ情報を記憶するようにし、このユーザの情報に基づいて、そのユーザの個々のニーズ等に適したパーソナライズサービスを実現できるようにしたものである。このユーザ情報は、例えば利用履歴のデータとして課金を行なう場合に利用することが可能である。一方で、ウェブサイトを通して、自動返信される情報をユーザ自身がカスタマイズ、もしくは、自分自身で作成し、さらにそのサービスに対するアドレスも自分で設定することも可能としている。

【0010】(2) 本情報サービス提供方法の効果
以上のような本情報サービス提供方法では、以下のような効果を得ることが可能である。

(2-1) ユーザが必要とするサービスを簡単かつすばやく提供できる。

(2-2) ユーザからサービスのトリガをかけてもらうことで、これをサーバ側で記憶し、よりユーザの正確な行動を把握できる。したがって、ユーザが、いつどのような情報を必要としたのかをサーチすることができ、サービスの充実等に活用することができる。

(2-3) サービスを個々のメールアドレスに割り振ることで、ユーザの嗜好を的確に把握することができる。したがって、ユーザが、どのような情報を必要としたの

かをサーチすることができ、サービスの充実等に活用することができる。

【0011】(2-4) メールからの次のサービス（オンラインショッピングなど）へとつなげることができる。一般的なメーラは、URLを認識し、クリックすれば、ブラウザを起動してサイトに接続するものが多いため、これを用いてサービスの拡張を図るものである。

(2-6) 場合によっては、ユーザに定期的にメールプロモーションを行うこともできる。

(2-7) メールというあらゆる情報機器で最も利用されているアプリケーションを使用することでサービスの普及を迅速にする。

(2-8) WWWには依存しない方法で電子データ（資料データ、音楽データ、ゲームプログラムなど）をユーザに配信することが可能となる。

【0012】(3) 本情報サービス提供方法によるビジネスモデルの収益構造

以上のようなサービスモデルにより、以下のような点で収益を得ることができる。

(3-1) 登録性にした場合には、その登録料収入を得ることができる。

(3-2) 登録制にした場合には、サービスに対する課金収入を得ることができる。

(3-3) メールに広告を入れることでの広告収入を得ることができる。

(3-4) メールプロモーションによる売上増加を得ることができる。

(3-5) このサービス自体を他社にライセンス販売することによる収益を得ることができる。

(3-6) ユーザの嗜好分析によって、より高い収益性を得ることができ。

【0013】(4) 以下、本情報サービス提供方法を適用したビジネスモデルの具体的実施例について説明する。

(4-1) ビジネスモデル (1)

まず、サービス提供側で商品、サービス自体にメールアドレスを持たせ、ユーザからのメールに対応するビジネスモデル (1) について説明する。

【0014】(4-1-1) システムの概要

図1は、本実施例のビジネスモデル (1) における情報サービス提供方法を適用するネットワークシステムの構成例を示すブロック図である。ユーザ端末1は、ユーザが使用できる携帯情報端末やパーソナルコンピュータ (PC) 等であり、インターネット9等を用いたメール機能を有する全ての端末を含むものとする。このユーザ端末1には、後述のような方法により、商品、サービスに割り当てたメールアドレス2がユーザによって設定されるものとする。また、サーバ3は、ユーザからのメールアドレス2宛のメール8を受信するとともに、処理部4から渡されたメール8 (添付ファイル8Aを含む) を

5

ユーザ端末 1 に配送するものである。

【0015】また、処理部 4 は、サーバ 3 からメールアドレス 2 宛のメール 8 を取り出し、目的のサービス (T o) を認識して、顧客アドレス (FROM) を抽出する。そして、顧客データベース (顧客 DB) 6 から顧客属性を認識し、対応した情報 (サービス)、場合によっては添付するファイルを情報データベース (情報 DB) 5 から引き出し、メール 8 を作成する。その後、サーバ 3 に配送を依頼するとともに、ユーザのログをオーダデータベース (オーダ DB) 7 に格納する。また、情報 DB 5 は、商品、サービス情報が記されたメール本文や添付するファイルを格納したものである。また、顧客 DB 6 は、顧客の名前、メールアドレスなどの基本属性を格納したものである。オーダ DB 7 は、顧客が何時、何回、とのサービスを利用したかなど、サービスに対するログ情報を格納したものである。

【0016】また図 2 は、ユーザ端末 1 の構成と、このユーザ端末 1 に対するサービス供給側 10 (サーバ 3、処理部 4、DB 5~7) の構成を示すブロック図である。ユーザ端末 1 は、インターネット 9 を用いた通信を行う通信装置 11 と、キーボードや操作パネル等の入力装置 12 と、LCD 等の表示装置 13 と、メールの送受信を制御するメール機能部 14、このユーザ端末 1 全体を制御する制御部 15 とを有する。一方、サービス供給側 10 は、サーバ 3 を構成する通信装置 3A と制御部 3B を有し、制御部 3B の制御により、通信装置 3A がインターネット 9 を介してユーザ端末 1 側とメールのやり取りを行う。また、各データベース 5~7 には、それぞれテーブル 5A~7A の形式で各データが格納されている。

【0017】(4-1-2) ビジネスモデル (1) の概要

このビジネスモデル (1) は、サービス提供側で商品、サービス自体にメールアドレスを持たせ、ユーザからのメールに対応するものである。すなわち、以下に説明する例 1~例 5 では、人間が自分のメールアドレスを持つように、企業が持つ商品やサービスにメールアドレスを持たせる。ユーザは、そのアドレス宛にユーザ端末 1 からメールを送る。ここで、ユーザの操作としてはアドレスの入力と発信操作のみでよい。そのメールを受け取ったサーバ 3 は、送信者に対してその商品情報についての詳細や最新情報、関連する付加情報または添付するファイルなどをデータベース 5 から取得し、メールを送り返す。ここで付加情報とは、その商品を発表している会社の URL や、オンラインショッピングへの URL、関連商品情報、メールをしてくれた人への特別サービス (メールをくれた人の中で抽選を行い、特定の割引サイトの URL を教えたりして、そこへ導くなど) である。

【0018】(例 1) 図 3~図 5 は、本例における動作手順を具体的に説明するための模式図であり、図 6 は、

6

本例で用いる各テーブルの具体例を示す説明図である。まず、図 3 (A) に示すように、例えば電車の中づり広告等のリアル広告を用いて取り扱う商品 (本例では V a i e 5 0 5) の CM 情報とメールアドレスを表示する。これを見たユーザが図 3 (B) 及び図 4 (A) に示すように、携帯電話等のユーザ端末 1 を用いて、広告中に記載されたメールアドレス (v a i e 5 0 5 @ s e n y . c o . j p) にメールを出す。サーバ 3 側では、ユーザより届いたメール中の T o より、どの商品情報を希望しているかを判別し、メールの FROM より、顧客を認識する。そして、図 6 に示すような情報テーブル 5A から目的の本文、場合によっては添付ファイルを取り出し、FROM のメールアドレス宛に送信する。そして、図 6 に示すようなオーダテーブル 7A のデータを更新する。添付ファイルを返信する場合について例示すると、(c a r - g a m e @ s e n y . c o . j p) というメールアドレスにユーザがメールを送ると、ゲームプログラムがメールに添付されて返信されてくる。

【0019】(例 2) 上記例 1 は商品やサービス毎にメールアドレスを設けた例を説明したが、例えば星占いの星座毎にメールアドレスを設け、ユーザが星座を選択してメールを送ることにより、その星座の今日の運勢がかったメールを返信するようなシステムを構築することも可能である。例えば、メールアドレスとしては、k a n i @ u r a n a i . c o m、s a s o r i @ u r a n a i . c o m、o u s h i @ u r a n a i . c o m、…等とする。

【0020】(例 3) また、例えば、スポーツ情報、株情報、TV プログラム、特定地図情報などに対応して、それぞれアドレスを設定し、メールを送った時点の最新情報をサーバから返信するようにしてもよい。

【0021】(例 4) また、例えば連続小説を購読するシステムに適用することも可能である。図 7~図 9 は、本例における手順を具体的に説明するための模式図であり、図 10 は、本例で用いる各テーブルの具体例を示す説明図である。まず、図 7 (A) に示すように、例えば電車の中づり広告等のリアル広告を用いて電子メールによる連続小説のタイトルとメールアドレスを表示する。これを見たユーザが図 7 (B) 及び図 8 (A) に示すように、携帯電話等のユーザ端末 1 を用いて、広告中に記載された読みたい小説のメールアドレス (n o v e l l @ k a d e k a w a . c o . j p) にメールを出す。サーバ 3 側では、ユーザより届いたメール中の T o より、どの情報 (小説) を希望しているかを判別し、メールの FROM より、顧客を認識する。また、図 10 に示すような顧客テーブル 6A 及びオーダテーブル 7A から、そのユーザがどのナンバーまで読んでいるかを抽出する。例えば 1 話から 3 話まで読んでいる場合には、情報テーブル 5A から 4 話を抽出する。そして、この抽出した情報 50 報を FROM のメールアドレス宛に送信する (図 9)。

7

この後、オーダテーブル7Aのデータを更新する。この場合、小説をメール本文に直接書く他、小説を別ファイルとして添付することも可能である。

【0022】(例5) また、例えばアニメ等のキャラクター毎にメールアドレスを設定する。ユーザに対してキャラクターの現在の気分やメッセージなどを送る。キャラクターの画像を添付することもありえる。どのユーザが何回メールを送ってきたかを判断し、毎回異なるメールや異なる画像ファイルを返信するようにする。

【0023】(4-1-3) ビジネスモデル(1)の動作例

図11は、上述した例1~例3の動作例を示すフローチャートである。まず、ユーザが目的のメールアドレスを確認して携帯端末等からメール送信を行うと(ステップS1、2)、このメールアドレスをサーバが確認し(ステップS3)、該当するメールアドレスがない場合には、エラーメールを返送する(ステップS4)。また、該当するメールアドレスが存在する場合には、そのメールの受信を行い(ステップS5)、メールのToから目的のサービスを抽出する(ステップS6)。また、メールのFROMから顧客を認識する(ステップS7)。

【0024】そして、認識した顧客が顧客データベース6に存在しない場合には(ステップS8)、新規登録を行い(ステップS9)、情報データベース5から情報を取得する(ステップS10)。また、認識した顧客が顧客データベース6に存在する場合には(ステップS8)、新規登録は行わず、情報データベース5から情報を取得する(ステップS10)。この後、情報データベース5から取得した情報または添付するファイルを含むメールを顧客に配信し(ステップS11)、これを顧客側で受信する(ステップS12)。そして、オーダデータベース7を更新し(ステップS13)、処理を終了する。

【0025】次に図12は、上述した例4、例5の動作例を示すフローチャートである。まず、ユーザが目的のメールアドレスを確認して携帯端末等からメール送信を行うと(ステップS21、22)、このメールアドレスをサーバが確認し(ステップS23)、該当するメールアドレスがない場合には、エラーメールを返送する(ステップS24)。また、該当するメールアドレスが存在する場合には、そのメールの受信を行い(ステップS25)、メールのToから目的のサービスを抽出する(ステップS26)。また、メールのFROMから顧客を認識する(ステップS27)。

【0026】そして、認識した顧客が顧客データベース6に存在しない場合には(ステップS28)、新規登録を行い(ステップS33)、情報データベース5から未読情報を取得する(ステップS34)。この際、未読情報が複数ある場合には、先頭の未読情報を取得する。また、認識した顧客が顧客データベース6に存在する場合

8

には(ステップS28)、新規登録は行わず、顧客データベース6から顧客属性を取得し(ステップS29)、オーダデータベース7からサービスの最終取得情報を取得する(ステップS30)。そして、これらの取得情報から情報データベース5に未読情報があるか否かを判断し(ステップS31)、未読情報がなければ、その旨をユーザにメールで返送し、これをユーザが受信する(ステップS32)。また、未読情報がある場合には、情報データベース5から未読情報を取得する(ステップS34)。この際、未読情報が複数ある場合には、先頭の未読情報を取得する。この後、情報データベース5から取得した未読情報を含むメールを顧客に配信し(ステップS35)、これを顧客側で受信する(ステップS37)。そして、オーダデータベース7を更新し(ステップS36)、処理を終了する。

【0027】(4-2) ビジネスモデル(2)

次に、自動返信される情報をユーザ自身がカスタマイズ(または作成)し、さらにそのサービスに対するアドレスも自分で設定するビジネスモデル(2)について説明する。(4-2-1) システムの概要

図13は、本実施例のビジネスモデル(2)における情報サービス提供方法を適用するネットワークシステムの構成例を示すブロック図である。ユーザ端末21は、ユーザが使用できる携帯情報端末やパーソナルコンピュータ(PC)等であり、インターネット29等を用いたメール機能を有する全ての端末を含むものとする。登録処理部22は、ウェブサイト22A上においてユーザが返信情報のカスタマイズを行うためのものである。ユーザは、このウェブサイト22A上で、自分が返信を希望する情報を情報データベース27からいくつか選択して顧客データベース26に格納し、そのサービスのアドレスを決定し、サーバ23に設定することができる。

【0028】また、サーバ23は、ユーザが自ら設定したアドレス宛のメールをユーザから受信するとともに、処理部24から渡されたメール28をユーザ端末21に配送するものである。また、処理部24は、サーバ23からメール(ユーザから送られてきた)を取り出し、目的のサービス(To)を認識して、顧客アドレス(FROM)を抽出する。そして、顧客データベース(顧客DB)26から顧客属性を認識し、対応した情報(サービス)を情報データベース(情報DB)25から引き出し、メール28を作成する。その後、サーバ23に配送を依頼するとともに、ユーザのログをオーダデータベース(オーダDB)27に格納する。また、情報DB25は、商品、サービス情報が記されたメール本文や添付ファイルを格納したものである。また、顧客DB26は、顧客の名前、メールアドレスなどの基本属性を格納するとともに、顧客がウェブサイト22Aの登録処理部22で選択した情報を格納するものである。オーダDB27は、顧客が何時、何回、どのサービスを利用したかな

ど、サービスに対するログ情報を格納したものである。

【0029】また、図14は、ユーザ端末21の構成と、このユーザ端末21に対するウェブサイト22A及びサービス供給側30（サーバ23、処理部24、DB25～27）の構成を示すブロック図である。ユーザ端末21は、インターネット29を用いた通信を行う通信装置31と、キーボードや操作パネル等の入力装置32と、LCD等の表示装置33と、メールの送受信を制御するメール機能部34、このユーザ端末21全体を制御する制御部35とを有する。また、ウェブサイト22Aは、インターネット29を用いた通信を行う通信装置36と、このウェブサイト22Aを制御する制御部37と、上述した登録処理部22とを有する。

【0030】また、サービス供給側30は、サーバ23を構成する通信装置23Aと制御部23Bを有し、制御部23Bの制御により、通信装置23Aがインターネット29を介してウェブサイト22A、及びユーザ端末21側とメールのやり取りを行う。また、各データベース25～27には、情報テーブル25A、顧客テーブル26A、オーダーテーブル27Aに加えてカスタマイズ情報テーブル26Bが設けられている。このカスタマイズ情報テーブル26Bは、顧客データベース26に設けられ、ユーザによって選択されたカスタマイズ情報が所定の形式によって格納されている。

【0031】（4-2-2）ビジネスモデル（2）の概要

このビジネスモデル（2）は、自動返信される情報をユーザ自身がカスタマイズ（または作成）し、さらにそのサービスに対するアドレスも自分で設定するものである。（例6）本例では、ユーザがウェブサイト22A上で、自分好みのカテゴリ（例えば、株価、スポーツニュースなど）を登録する。そして、その情報に対して、自らアドレスを設定する。サービス提供側30では、それらの情報に関して常に最新のものを用意しておく。そして、ユーザが自分の設定したアドレスにメールを出すと、自分が選択したカテゴリの最新情報がメールという形でサーバ23側から自動返信されるサービスモデルである。

【0032】図15は、ユーザがウェブサイト上でカテゴリとアドレスの登録を行うための登録画面の具体例を示す説明図であり、図16は、ユーザがウェブサイト上でカテゴリとアドレスの入力を行った後の確認画面の具体例を示す説明図である。また図17～図19は、本例における動作手順を具体的に説明するための模式図であり、図20は、本例で用いる各テーブルの具体例を示す説明図である。図15に示すように、ユーザが望むジャンルを選択肢からチェックし、メールアドレスを適宜入力する。メールアドレスは、第3希望まで入力できるようになっている。そして、このような登録画面で入力を行った後、確認画面でメールアドレスをユーザに表示

し、これを見たユーザは登録の確定操作を行う。これにより、ユーザがカスタマイズしたデータがウェブサイト22Aからサービス提供側30に送られ、サービス提供側30の顧客データベース26に設けられたカスタマイズ情報テーブル26Bに登録される。

【0033】次に図17及び図18（A）に示すように、ユーザ端末21は自身で作成したメールアドレス宛にメールを送信し、図18（B）に示すように、サービス提供側30では、ユーザより届いたメール中のToより、顧客カスタマイズテーブル25A（図14）からアドレスに設定されたカスタマイズ情報を判別し、メールのFROMより、顧客を認識する。ここで、その顧客がどのナンバーまで情報を読んでいるかを判別し、ユーザが未だ読んでいないナンバーの本文を情報データベース25から取り出し、図19に示すように、FROMのメールアドレス宛に送信する。そして、オーダーデータベース27のデータを更新する。すなわち、カスタマイズ情報に従って情報テーブル25Aから必要な情報を取り出し、図19に示すように、FROMのメールアドレス宛に送信する。そして、オーダーデータベース27のデータを更新する。

【0034】（例7）本例では、自動配信される情報を自身が作成する。すなわち、ウェブサイト上で、ユーザが自分で自動返信する情報（添付ファイルも含む）を作成し、そのアドレスを設定することができる。例えば、そのアドレスを友人の間で共有するメールアドレスとして設定することにより、友達同士のコミュニケーションや会社での情報供給などで使用することができる。

【0035】（4-2-3）ビジネスモデル（2）の動作例

図21、図22は、上述した例6、例7の動作例を示すフローチャートである。まず、図21において、ユーザはウェブサイト22Aにアクセスし（ステップS41）、顧客IDをもっていない場合には（ステップS42）、ユーザ登録するか否かを判断し（ステップS43）、ユーザ登録する場合には、新規にユーザのメールアドレスを設定した後（ステップS44）、情報データベース25から好きな情報（ジャンル）を選択する（ステップS45）。また、サービストリガのためのメールアドレスの設定と、メールを受信するサーバにアドレスの設定を行う（ステップS46、S47）。次に、顧客データベース26（顧客テーブル26A及びカスタマイズ情報テーブル26B）の更新を行う（ステップS48）。そして、顧客IDを発行する（ステップS49）。

【0036】また、ステップS42において顧客IDを持っている場合には、顧客ID、メールアドレスの入力を行い（ステップS50）、顧客データベース26（顧客テーブル26A）を用いて顧客IDの認証を行う（ステップS51）。そして、認証結果がOK（ID一致）

であれば、登録内容の更新を行うか否かを判断し（ステップS53）、登録内容の更新を行う場合には、ユーザのメールアドレスの再設定（ステップS54）、情報データベース25からの好きな情報（ジャンル）の再選択（ステップS55）、サービストリガのためのメールアドレスの設定（ステップS56）を行う。さらに、メールを受信するサーバに新アドレスの設定を行い、更新前の旧アドレスの削除を行う（ステップS57）。そして、顧客データベース26の顧客テーブル26Aとカスタマイズ情報テーブル26Bの更新を行い（ステップS58）、処理を終了する。

【0037】次に、図22において、ユーザはウェブサイトで設定したメールアドレスを確認し（ステップS61）、携帯端末等からメール送信を行うと（ステップS62）、このメールアドレスをサーバが確認し（ステップS63）、該当するメールアドレスがない場合には、エラーメールを返送する（ステップS64）。また、該当するメールアドレスが存在する場合には、そのメールの受信を行い（ステップS65）、メールのFROMから顧客を認識する（ステップS66）。また、メールのToから目的のサービスを抽出する（ステップS67）。

【0038】そして、顧客データベース26のカスタマイズ情報テーブル26Bから顧客とサービスの情報（この例では、user、mynews）に基づいてカスタマイズ情報リストを取得する（ステップS68）。ここでカスタマイズ情報リストがない場合には（ステップS69）、ユーザにエラーメールを送り、これをユーザが受信する（ステップS70）。また、カスタマイズ情報リストがある場合には（ステップS70）、情報データベース25からカスタマイズ情報リストに従って本文を取得し、合成してメール配信を行い（ステップS71、S72）、これを顧客側で受信する（ステップS74）。そして、オーダーデータベース27を更新し（ステップS73）、処理を終了する。

【0039】以上のような本例のビジネスモデルにおいては、以下のような特徴と利点を有する。まず、上述した例1～例7においては、

(1) ユーザは、情報データベースの内容や検索条件などをメールにまったく記入する必要はなく、単にサービスに割り当てられたアドレスにメールを送るだけで必要な情報（添付ファイルを含む）を得ることができる。つまり、アドレス自身がデータベースの検索条件をあらわしていることになる。

(2) サービス取得のトリガをユーザがメールで行うことができ、必要な時や都合のよい時に情報（添付ファイルを含む）を得ることができる。

(3) ユーザが必要とした情報（添付ファイルを含む）だけを得ることができる。

(4) WWWのように常に接続された状況が必要でな

い。

(5) WWWを見るためのブラウザなどが必要ない。

(6) 個々の商品、サービスにメールアドレスを持たせるため、様々な商品、サービスに自在に適用することが可能である。

【0040】また、上述した例1～例5においては、

(7) 登録作業なしでサービスを受けることができる（アドレスの記入や解約の必要もない）。

(8) どのユーザが何回メールを送ってきたかを確認し、パーソナライズサービスを提供できる。また、上述した例6～例7においては、

(9) ユーザ自身が自動返信する情報をカスタマイズできる。

(10) ユーザ自身が自動返信する情報を作成できる。

【0041】

【発明の効果】以上説明したように本発明の情報サービス提供方法では、サービス毎に特定のアドレスを割り振るとともに、サービスのデータベースを有するサーバを設け、ユーザがサービスごとに割り振られた特定のアドレスへメールを送ることにより、このメールを受信したサーバが、そのアドレスに対応した情報をデータベースから取り出してユーザに返信するようにしたことを特徴とする。したがって、ユーザが必要としたり、好みの時間に、所望のサービスを直接メールアドレスで特定して煩雑な検索等を行うことなく簡単かつすばやく得ることが可能となる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の実施の形態によるビジネスモデル

(1) における情報サービス提供方法を適用するネットワークシステムの構成例を示すブロック図である。

【図2】図1に示すユーザ端末とサービス供給側の構成を示すブロック図である。

【図3】ビジネスモデル(1)の例1における動作手順を具体的に説明するための模式図である。

【図4】ビジネスモデル(1)の例1における動作手順を具体的に説明するための模式図である。

【図5】ビジネスモデル(1)の例1における動作手順を具体的に説明するための模式図である。

【図6】ビジネスモデル(1)の例1で用いる各テーブルの具体例を示す説明図である。

【図7】ビジネスモデル(1)の例4における動作手順を具体的に説明するための模式図である。

【図8】ビジネスモデル(1)の例4における動作手順を具体的に説明するための模式図である。

【図9】ビジネスモデル(1)の例4における動作手順を具体的に説明するための模式図である。

【図10】ビジネスモデル(1)の例4で用いる各テーブルの具体例を示す説明図である。

【図11】ビジネスモデル(1)の例1～例3の動作例を示すフローチャートである。

【図 12】ビジネスモデル (1) の例 4、例 5 の動作例を示すフローチャートである。

【図 13】本発明の実施の形態によるビジネスモデル (2) における情報サービス提供方法を適用するネットワークシステムの構成例を示すブロック図である。

【図 14】図 13 に示すユーザ端末とサービス供給側の構成を示すブロック図である。

【図 15】ビジネスモデル (2) の例 6 でユーザがウェブサイト上でカテゴリとアドレスの登録を行うための登録画面の具体例を示す説明図である。

【図 16】ビジネスモデル (2) の例 6 でユーザがウェブサイト上でカテゴリとアドレスの入力を行った後の確認画面の具体例を示す説明図である。

【図 17】ビジネスモデル (2) の例 6 における動作手順を具体的に説明するための模式図である。

【図 18】ビジネスモデル (2) の例 6 における動作手順を具体的に説明するための模式図である。

【図 19】ビジネスモデル (2) の例 6 における動作手

順を具体的に説明するための模式図である。

【図 20】ビジネスモデル (2) の例 6 で用いる各テーブルの具体例を示す説明図である。

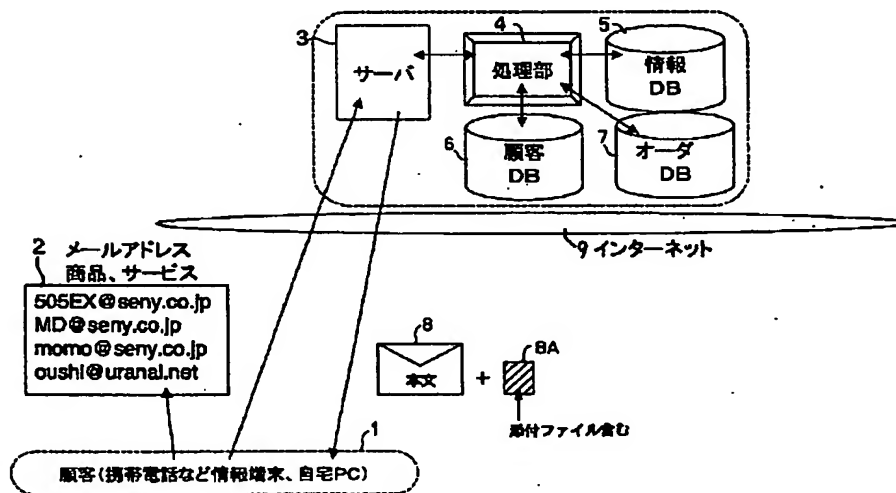
【図 21】ビジネスモデル (2) の例 6、例 7 の動作例を示すフローチャートである。

【図 22】ビジネスモデル (2) の例 6、例 7 の動作例を示すフローチャートである。

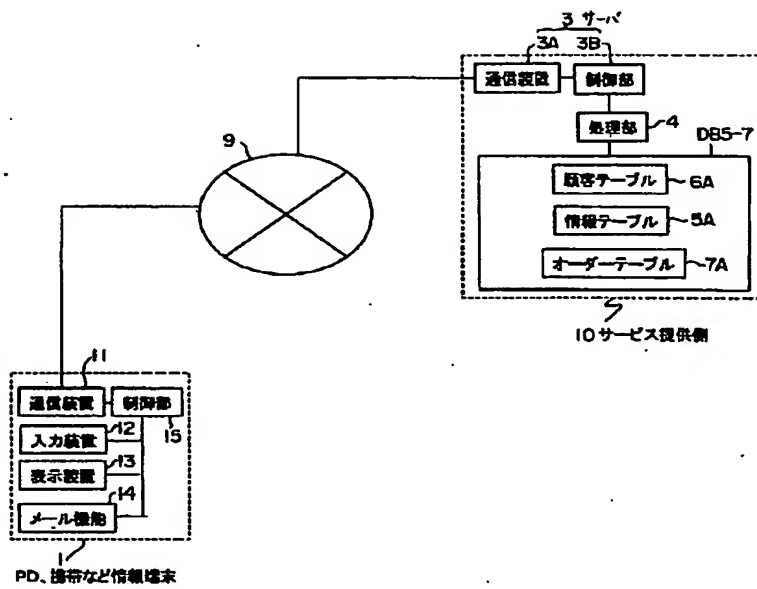
【符号の説明】

1、21……ユーザ端末、2……メールアドレス、3、23……サーバ、4、24……処理部、5、25……情報データベース、6、26……顧客データベース、7、27……オーダーデータベース、8、28……メール、9、29……インターネット、10、30……サービス供給側、11、31、36……通信装置、12、32……入力装置、13、33……表示装置、14、34……メール機能部、15、35、37……制御部、22……登録処理部、22A……ウェブサイト。

【図 1】



【図2】



【図3】

リアル広告での利用例

(A)



たとえば、電車の中吊り広告

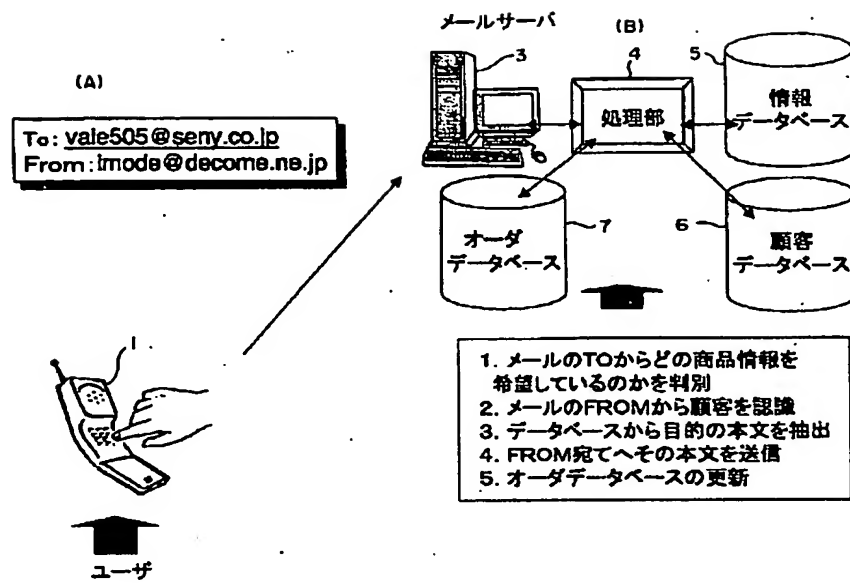
(B)

vale505@seny.co.jp
へメールを出す。

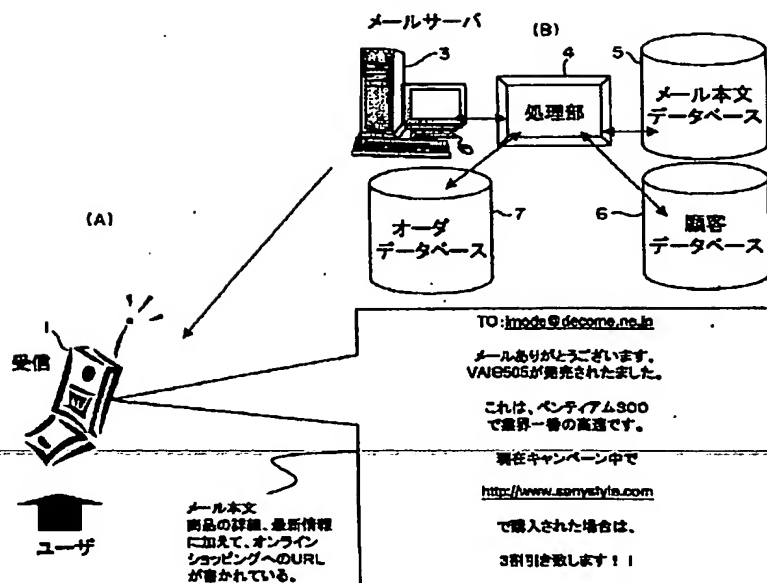
電子メール機能を
備えた携帯

ユーザ

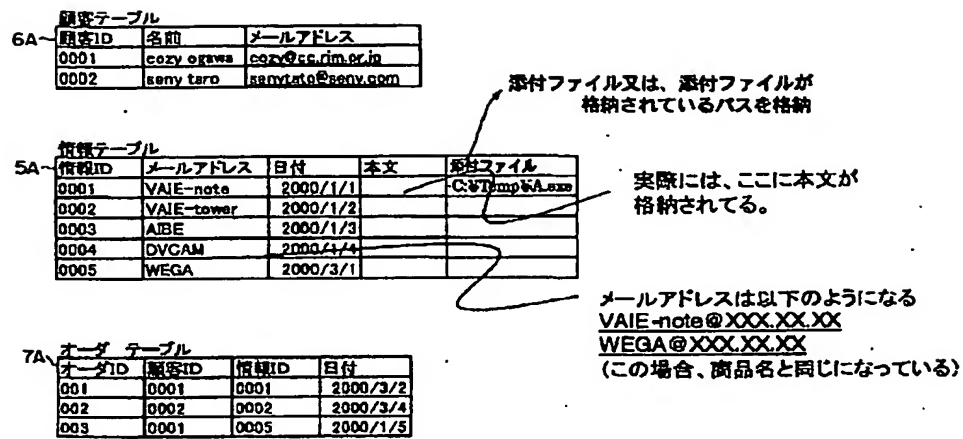
【図4】



【図5】

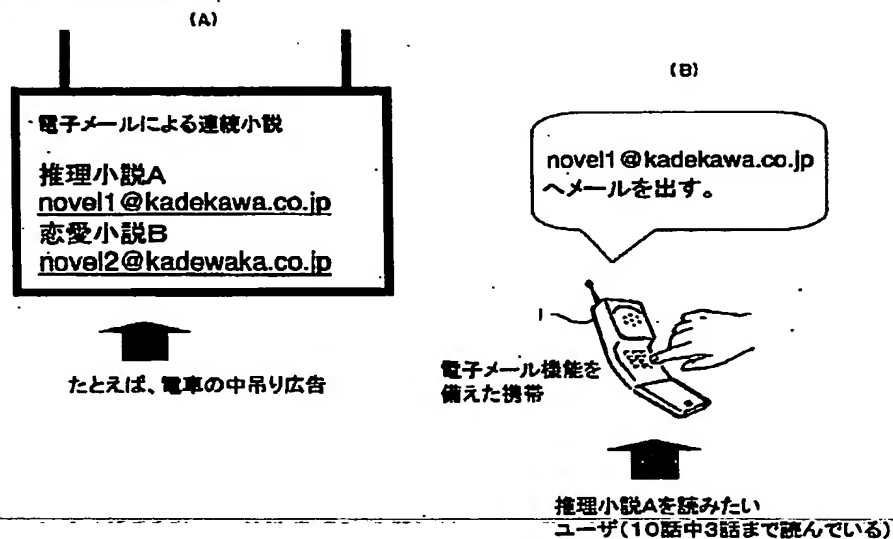


【図 6】

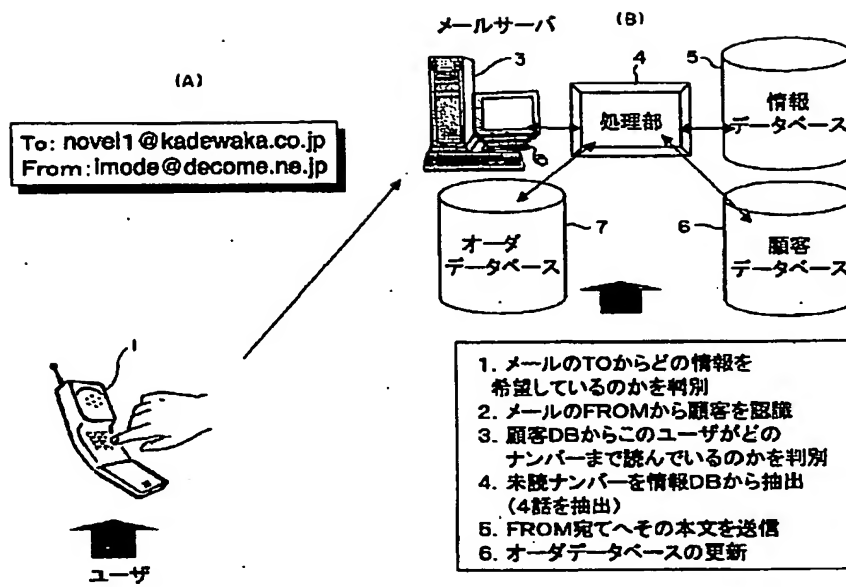


【図 7】

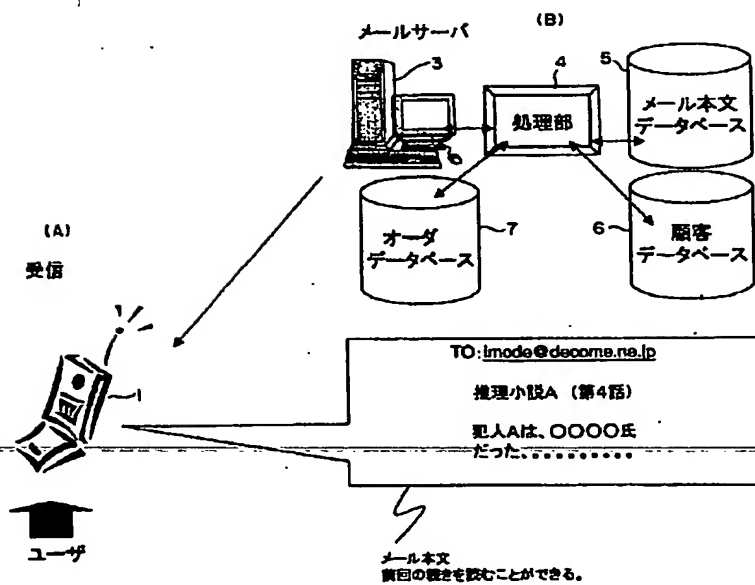
連続小説としての利用例



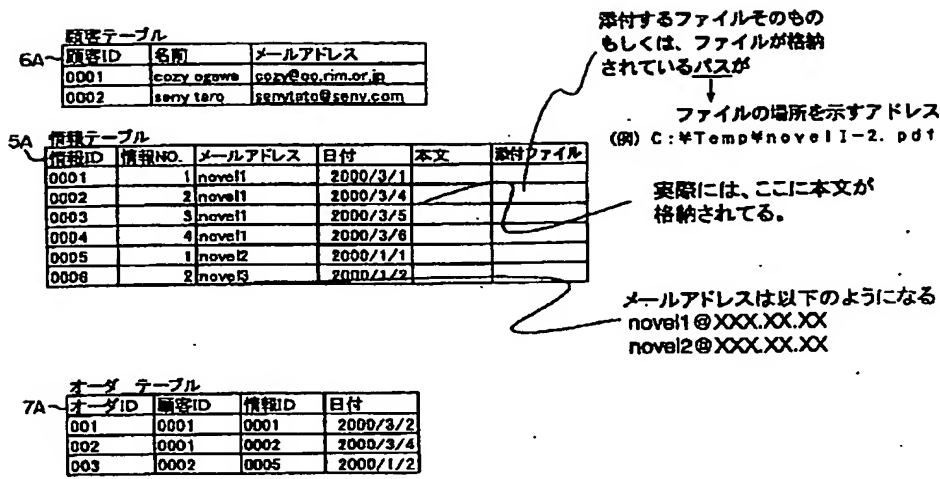
【図8】



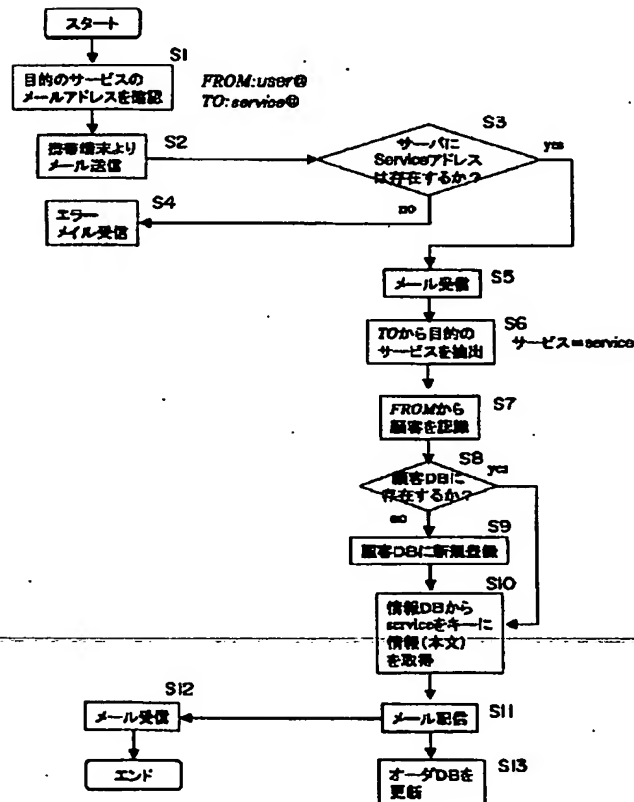
【図9】



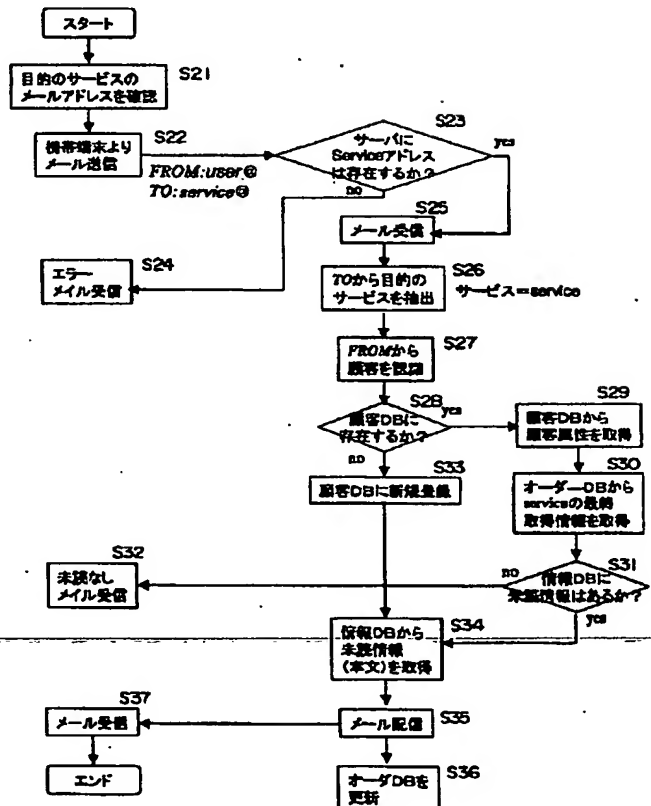
【図 10】



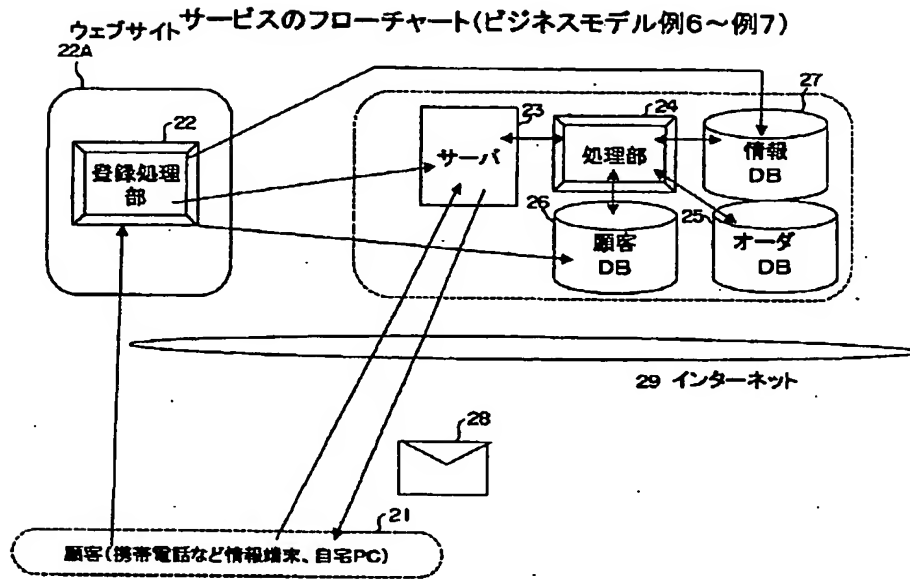
【図 11】



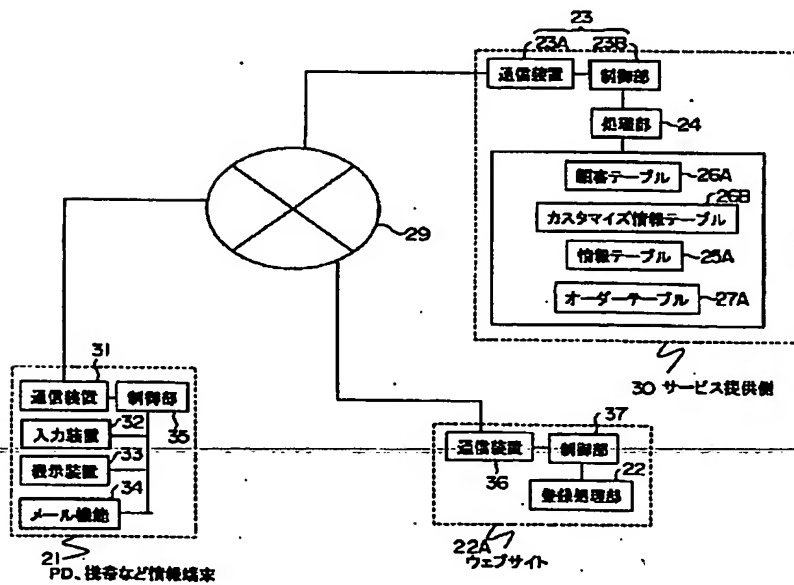
【図 12】



【図13】



【図14】



【図15】

自動返信される情報をユーザ自身がカスタマイズ、
さらにそのサービスに対するアドレスも自分で設定する。

興味や関心のあるジャンルを指定してください。

<input type="checkbox"/> テクノロジー	<input checked="" type="checkbox"/> ビジネス
<input type="checkbox"/> エンターテインメント	<input type="checkbox"/> アウトドア
<input type="checkbox"/> スポーツ	<input type="checkbox"/> ニュース
<input type="checkbox"/> 音楽	<input checked="" type="checkbox"/> 芸能
<input type="checkbox"/> ショッピング	<input checked="" type="checkbox"/> 株
<input type="checkbox"/> 生活文化	<input checked="" type="checkbox"/> 為替
	<input type="checkbox"/> 自分で記事を書く

個々に選んでさらに詳細な設定もできる

サービストリガーのためのメールアドレスを設定してください。

第一希望

第二希望

第三希望

OK クリア

【図16】

ご登録ありがとうございました。
小川様へご提供できるアドレスは、

News@infonet.com

に決定しました。
このアドレスにメールを送っていただくと、
小川様の選択したカテゴリの最新情報を
メールにして返信いたします。

ただし、一回のサービスごとに1円掛かります。

カテゴリを選択し直す場合は、このサイトで変更作業をおこなってください。

OK キャンセル

【図 17】



【図 20】

顧客テーブル

顧客ID	名前	メールアドレス
0001	cozy ogawa	cozy@cc.rim.or.jp
0002	seny taro	senyinfo@seny.com

顧客カスタマイズテーブル

カスタマイズID	メールアドレス	カスタマイズ情報リスト	顧客ID
001	mynews	100,300	0001
002	myinfo	200,300,400	0002

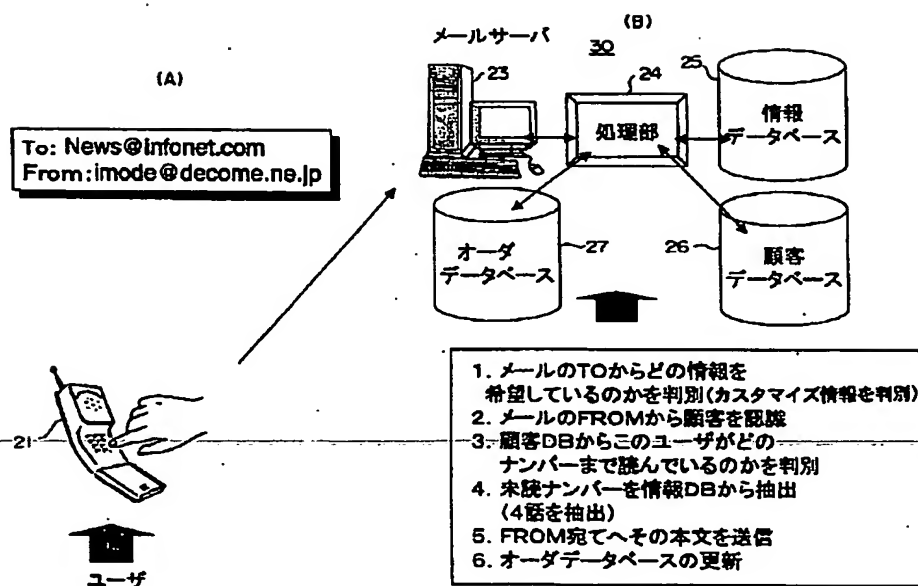
情報テーブル

情報ID	名前	本文	添付ファイル
100	野球		
200	サッカー		
300	株		
400	音楽		

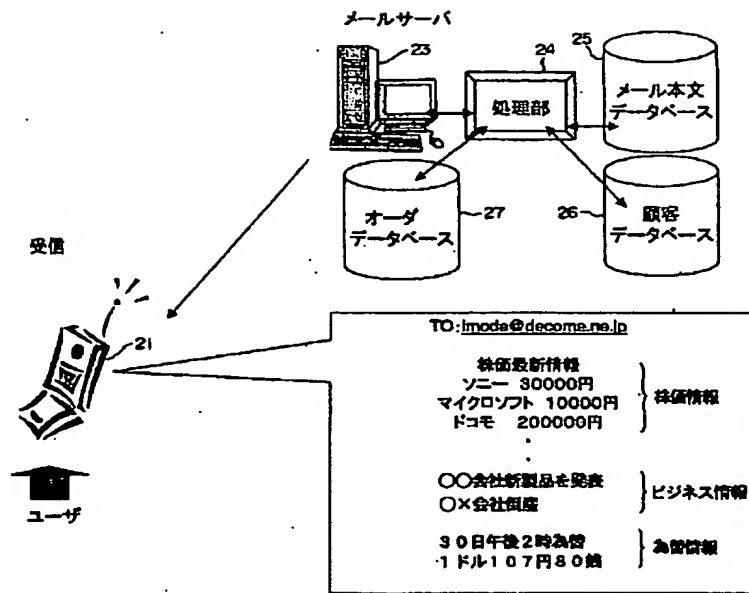
オーダー テーブル

オーダーID	顧客ID	カスタマイズID	日付
001	0001	001	2000/3/2
002	0001	001	2000/3/4
003	0002	002	2000/1/2

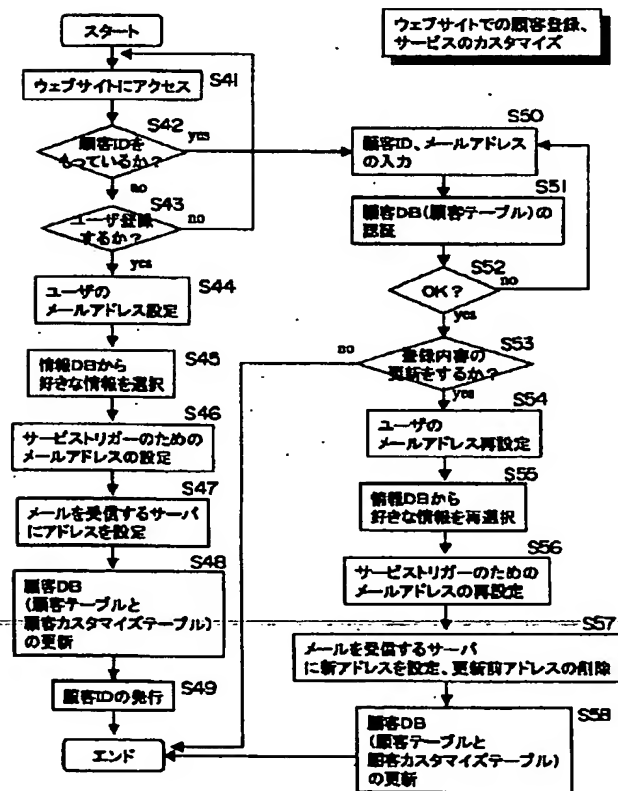
【図 18】



【図 19】



【図 21】



【図 22】

